

# AGENTI E COMPAGNIE, DOVE STA LA COLLABORAZIONE

di FABRIZIO AURILIA

L'INTERESSE D'INTERMEDIARI E IMPRESE È DAVVERO LA TUTELA DEL CONSUMATORE? RISPONDERE DI SÌ PARREBBE OVVIO, EPPURE CAMBIAMENTI TECNOLOGICI E NORMATIVI POTREBBERO PARADOSSALMENTE AGEVOLARE UN RISULTATO CONTRARIO A QUELLO SPERATO: UN MERCATO IN CUI IL CLIENTE È PIÙ SPAESATO E PIÙ SOLO

L'incertezza che sta intorno alla direttiva europea sulla distribuzione si è riflessa nella prima tavola rotonda della giornata. Un confronto, moderato da **Maria Rosa Alaggio**, direttore di questa rivista, che come sempre è stato acceso e articolato, proprio perché ha messo insieme le anime del settore assicurativo: gli intermediari, attraverso le rappresentanze nazionali, l'**Ania**, l'**Ivass**, i consumatori, attraverso l'associazione **Konsumer**, molto attenta alle tematiche assicurative, e alcune imprese, in questo caso **Generali Italia** e **UnipolSai**.

L'Ivass, dalla tribuna del convegno, ha innescato il dibattito, aprendosi al confronto e annunciando i punti fermi della *road map* dei prossimi mesi.

Nell'ammettere che il quadro normativo è ancora complesso e in movimento, **Maria Luisa Cavina**, responsabile servizi intermediari di Ivass, ha confermato che l'obiettivo dell'Istituto è avere alla fine di febbraio un testo che sarà di supporto ai ministeri per poi aprire un confronto con le categorie.

Nell'attesa di *Idd*, Cavina ha spiegato quanto sia necessario (e urgente) trovare strutturalmente un punto di convergenza tra intermediari e compagnie: "è essenziale – ha detto – trovare un dialogo per non naufragare".

## LE TRE PRIORITÀ

In una mappa ideale delle cose da fare, Cavina ha evidenziato tre priorità. La prima è lo sviluppo di piani di formazione per gli intermediari, che siano ricchi "non solo sul piano commerciale": è importante che la nuova figura dell'intermediario s'integri con la tecnologia. "Poi occorre – ha continuato – avviare un confronto tra compagnie e agenti di primo livello per risolvere le complessità di gestione delle reti di secondo livello. È nostra intenzione sensibilizzare le compagnie sulle responsabilità che ricadono sull'intermediario di primo livello".

L'ultimo punto è relativo ai reclami: a un anno di distanza dal nuovo regolamento, l'Ivass vuole capirne le criticità emerse.

Infine, per quanto riguarda direttamente la Idd, capire bene il *Product oversight & governance (Pog)* è fondamentale, perché la direttiva sancisce "senza ambiguità che il momento della progettazione del prodotto e la sua distribuzione sono strettamente correlati".

Insomma come si nota chiaramente, l'interesse di Ivass è che "compagnie e intermediari procedano a braccetto": un auspicio, per ora, ma che potrà trasformarsi in futuro anche in qualche atto più concreto.



Da sinistra: **Vittorio Verdone**, direttore affari istituzionali del gruppo Unipol; **Massimo Congiu**, past president di Anapa Rete ImpresAgenzia; **Fabrizio Premuti**, presidente di Konsumer; **Stella Aiello**, responsabile distribuzione di Ania; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review; **Maria Luisa Cavina**, responsabile servizi intermediari di Ivass; **Claudio Demozzi**, presidente di Sna e **Paolo Savio**, responsabile giunte e accordi collettivi di Generali Italia

## DIFENDERSI DALLE TROPPE REGOLE

Dal punto di vista di Ania e delle compagnie, la speranza è che la normativa serva soprattutto per affinare i processi e che gli adempimenti possano avvenire in maniera più semplice. “Noi – ha precisato Stella Aiello, responsabile distribuzione di Ania – non vorremmo sovrapposizioni di Authority o una superfetazione di documenti, come avverrà con il *Pid* e la *nota integrativa*. Chiediamo anche una seria applicazione del principio di proporzionalità”.

Per quanto riguarda la collaborazione tra imprese e agenti, almeno a livello nazionale, non c’è molto ottimismo. La condivisione dei dati resta uno dei nodi della questione: “se un’impresa deve definire il target market in linea con la direttiva – ha argomentato Aiello – lo scambio di informazioni con gli agenti dovrebbe essere più fluido e profondo. Occorre darsi un obiettivo comune, mentre spesso dall’intermediario tradizionale le compagnie non riescono ad avere i dati che vorrebbero”.

UnipolSai, secondo le parole di **Vittorio Verdone**, direttore affari istituzionali del gruppo **Unipol** e re-

sponsabile gestione normativa e reti distributive della compagnia, sembra essere più sicura del proprio rapporto con gli agenti. La fase di sottoscrizione del nuovo accordo è avanzata e con alcuni gruppi agenti “si è raggiunta un’intesa equilibrata anche sull’utilizzo dei dati”. Verdone è convinto che non ci sia in questo momento alternativa allo stare insieme: “intermediari e compagnie – ha detto – devono convergere per tutelarsi dalla *over regulation*. La Idd rappresenterà un cantiere enorme, perché i processi che ci sono dietro sono enormi. La domanda però è: cambierà davvero molto? Secondo me all’atto pratico la risposta è no. Però ci obbligano a fare delle cose: pensiamo al contratto base, che strutturato in questo modo è inattuabile”.

## GLI AGENTI DIFFIDENTI

Le posizioni degli intermediari sono soprattutto di diffidenza. Per quanto riguarda tutto ciò che assomiglia a un contratto base, la contrarietà è netta per molte ragioni. **Anapa Rete ImpresAgenzia** contesta la deriva dei prodotti verso la standardizzazione e teme che la Idd peggiorerà le cose e che si stia andando contro l’in-

teresse del consumatore. “Qual è l’utilità della tariffa base?”, si è chiesto **Massimo Congiu**, past president di Anapa Rete ImpresAgenzia: “il cliente è tutelato al meglio, oppure si punta a fargli pagare il premio il meno possibile?”.

Sul tema dello scambio dei dati, invece, Congiu si richiama ancora alla normativa, ricordando che se “il Pog prevede che la strategia di vendita sia messa in atto dall’intermediario, i processi che regolano lo

scambio dei dati devono essere contrattualizzati in un accordo nazionale impresa-agenti”.

Sna ha voluto invece rispondere a Ivass, sottolineando contemporaneamente quanto siano distanti in alcune situazioni agenti e compagnie. Il presidente **Claudio Demozzi** ha ricordato il ricorso al Tar presentato dal sindacato contro il provvedimento sui reclami: “non è sano per noi – ha detto – l’intreccio tra compagnia e agente nella gestione dei reclami. Abbiamo spesso a che fare con compagnie che si appellano ai reclami del cliente per liquidare l’agente per giusta causa. Avremmo preferito una gestione in proprio come quella dei broker”.

Per quanto riguarda la formazione, invece, gli agenti vogliono che le stesse regole valgano anche per gli intermediari accessori, cosa che così non è. “La polizza – ha chiosato Demozzi – non è un prodotto da vendere come un detersivo: se le compagnie modificheranno questo approccio, noi ci stiamo”.

## LA TUTELA PERCEPITA

La semplificazione e l’accessibilità stanno alla base del patto fatto tra agente e compagnia: e tale patto deve essere tangibile e chiaro al cliente finale. Questo è lo spirito che sta muovendo Generali Italia, secondo **Paolo Savio**, responsabile giunte e accordi collettivi della compagnia. “Non c’è disallineamento – ha spiegato Savio – tra compagnie e intermediari: vediamo tutti nella tutela del consumatore la vera sfida. Non basta, pertanto, vendere una polizza a un cliente che sa quello che compra, che comprende che i contenuti rispondono ai propri bisogni: è necessario instaurare una relazione che duri nel tempo”.

La compagnia è convinta che la tutela del consumatore debba essere percepita dal consumatore stesso e non solo misurata su parametri codificati da norme che alla fine il cliente non conosce: “la norma – ha continuato Savio – non si discute, si applica”.

In Generali Italia, sono attivi programmi di semplificazione dei processi tarati sull’accessibilità che la compagnia sta sviluppando insieme agli agenti e ai dipendenti e collaboratori delle agenzie. “Questo – ha concluso il manager – è un punto centrale che prescinde da qualsiasi normativa”.

## TUTTI SCONTENTI?

In tutto questo, il timore dei consumatori è che ciò che la Idd cerca di instillare nel mercato italiano, cioè la collaborazione tra imprese e intermediari, non sia possibile nel contesto attuale di proliferazione di distributori ancillari e non professionisti. “Noi nutriamo aspettative enormi – ha commentato **Fabrizio Premutti**, presidente di Konsumer – ma poi vediamo che le normative, sempre nuove, tendenzialmente diventano burocrazia e fucine di corsi di formazione in cui a guadagnarci quasi sempre non è chi quei corsi li deve frequentare. L’assicurazione è invece un concetto profondamente culturale e solo l’intermediario professionale può farlo comprendere al consumatore, con cui ha un contatto diretto”.

In chiusura, Ivass ha ribadito che la Idd sarà “l’opportunità per la creazione di un’infrastruttura comune” e che non serve “agitare lo spettro della burocrazia”. Cavina ha chiesto a tutti di “capire meglio cosa si vuole realmente, perché alla fine il rischio è di non essere mai contenti”.